

Оцінка джерел формування оборотного капіталу провідних молокопереробних підприємств України за останні роки підтвердила динаміку загальногалузових показників, де превалюють власні кошти, довгострокові кредити банків та кредиторська заборгованість. Проведений аналіз впливу структури джерел формування оборотного капіталу виробників молочних продуктів на показники його використання, дав можливість зробити висновок, що на ВАТ «Галактон» та ВАТ «Житомирський маслозавод» їх значення є більш раціональним за даних умов господарювання і зумовило зростання рівня рентабельності оборотного капіталу.

Тенденції у формуванні структури джерел оборотного капіталу на молокопереробних підприємствах свідчить про поступову відмову від використання векселів як найпростішої форми кредитних грошей. Частіше використовуються комерційні кредити та випуск облігацій. Отже, можна стверджувати, що підприємства-лідери молочної галузі України формуючи структуру оборотного капіталу, застосовують альтернативні джерела фінансових ресурсів з урахуванням їх впливу на результативність діяльності суб'єктів господарювання, насамперед, підвищення рівня прибутковості функціонуючих оборотних коштів.

УДК 330.133.2

**М. А. Шевченко**, аспірант  
кафедри міжнародних фінансів,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В доповіді описується сутність ринкової вартості підприємства. Наведені напрями діяльності, які необхідні при створення вартості. Розглядається поняття «вартісного мислення».

The article defines the main points of market value of the enterprise.  
Make a direction of activity, which are needed for creation of value.  
The definition of «Value thinking is considered».

Сьогодні, під час виходу компаній на міжнародний фондовий ринок, залучення іноземних інвестицій, злиття і поглинань, проблема управління вартістю компанії розглядається як одна з перших. Деякі підприємства купуються для подальшого перепродажу, і керівник ставить менеджменту головне завдання: підвищення вартості компанії. Власник розглядає покупку компанії як середньострокові або довгострокові інвестиції.

Здатність компанії як єдиного цілого знаходити і ефективно використовувати можливості для нарощування вартості формує і принципово нову сферу ключової компетентності. Уміння «створювати» вартість перетворюється на джерело конкурентної переваги, яке неможливо купити і дуже важко скопіювати.

Майже у всіх корпорацій, що досягли успіху в створенні вартості першим і вирішальним чинником успіху стала прихильність вищого керівництва до ідеї збільшення вартості для акціонерів.

В загальному існують шість напрямів діяльності, на які компанія повинна зосередити свої зусилля по створенню вартості. Так, до них відносять:

- підкріплення власних цільових установок чіткими кількісними індикаторами, що пов'язані із створенням вартості;
- жорстко дотримуватися такого підходу до управління своїм бізнес-портфелем, який би дозволив максимізувати вартість (не нехтуючи у разі потреби і радикальною реорганізацією);
- упевнитися в тому, що організаційна структура компанії і її корпоративна культура підпорядковані вимозі створення вартості;
- глибоко вивчити ключові чинники створення вартості, характерні для кожного бізнес-підрозділу;
- налагодити ефективне управління власним бізнес-підрозділом, встановивши для них специфічні цільові індикатори і контролювати результати їх діяльності;
- знайти способи створення у менеджерів і рядових працівників мотивації до створення вартості (наприклад, використовувати як матеріальну винагороду, так і інші форми заохочення).

Наведені напрями діяльності необхідно також поєднувати з «вартісним мисленням». Для того, щоб рухатися по шляху створення вартості необхідно присутність «вартісного мислення» всередині підприємства, коли співробітники на всіх рівнях ієрархічної структури надзвичайно мотивовані до пошуку можливостей створення вартості і цілеспрямованого руху у вибраному напрямі.

Безумовно, цього не можна досягти просто змінивши стратегічні пріоритети або видати наказ про впровадження системи моніторингу і управління вартістю компанії. Потрібно створити такий перехід до методів вартісного управління щоб «нова» ідеологія сприймалася на всіх рівнях організації і колектив розумів, що рішення кожного відображається у фінансових результатах компанії.

Таким чином, управління вартістю компанії з метою її збільшення в довгостроковій перспективі дозволяє в максимальному ступені задовольнити інтереси власників, визначити оптимальні

стратегічні напрями свого розвитку і виробити систему управлінських заходів, що сприятимуть досягненню поставленої мети.

### *Література*

1. Коупленд Т., Коллер Т., Мури́н Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. — 3-е изд., перераб. и доп. / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.
2. Мендру́л О. Г. Управління вартістю підприємств: Монографія. — К.: КНЕУ, 2002.
3. Методологічні основи визначення параметрів управління вартістю підприємства — Л. Костирко / Економіст. — № 8 (серпень). 2007.

УДК 658.1

**Є. В. Шевчук**, асистент кафедри менеджменту,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

### **ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ**

Управління ринковою вартістю компанії є дуже важливим інструментом для акціонерних товариств. Але він не використовується більшістю українських підприємств у повній мірі. На це впливає безліч зовнішніх та внутрішніх факторів, які розкриті далі.

Management of company market value is very important instrument for joint-stock companies. But majority of ukrainian enterprises don't use it completely. It is caused by many external and internal factors.

Акціонерні товариства за своєю суттю дозволяють об'єднувати велику кількість різних за інтересами осіб та значні фінансові ресурси для власного розвитку. Акціонери подібних компаній мають два основні, не заборонені законодавством, шляхи через, які вони можуть реалізувати власні інтереси:

- отримувати дивіденди на належні їм акції;
- заробляти на зростанні ринкової вартості акцій, що дозволяє в разі продажу отримати певний прибуток.

Якщо перший варіант значною мірою залежить від рішення компанії, яке визначає чи виплачувати дивіденди та в разі виплати їх розмір, то впливати на ринкову вартість компанії можна лише опосередковано шляхом покращення діяльності самої компанії.

Зростання ринкової вартості акцій з одного боку прямо вигідно акціонерам, які фактично збільшують власні статки, а з іншого